

INDICE

Introduzione	7
1. WEB MARKETING 2.0 IN BIBLIOTECA: ESSERCI O STARCI?	9
Siamo nel cambiamento	9
Necessità di comunicazione	11
Voglia di leggerezza e di emozioni	13
Riuso creativo	16
Biblioteche 2.0	18
2. I SOCIAL NETWORK E IL LORO UTILIZZO. MANUALE D'USO DEL BIBLIOTECARIO	21
Facebook	21
Twitter	25
Foursquare	33
aNobii e gli altri	38
Google Plus	41
I network professionali: LinkedIn	44
Condividiamo immagini	47
Flickr	48
Instagram	51
Pinterest	54
I video: mostrami una storia perché la rivoluzione non passa dalla tv	56
YouTube	57
Vimeo	61
Vimeo vs YouTube	63
3. SOCIAL BUSINESS PLAN: ORGANIZZIAMO LA STRATEGIA	65
La comunicazione appartiene a tutti	65
Legal divide	69
Organizziamo la strategia	76
Fase strategica	79
Fasi di adozione	79
Figure preposte	80

Social media policy	81
Social media policy interna	82
Social media policy esterna	83
E se prima ascoltassimo?	84
Social Business Plan	88
4. LA BIBLIOTECA TRA STRUTTURA E SOCIALITÀ	93
L'intelligenza collettiva	93
La biblioteca ascolta	98
La comunicazione interna	100
La trasparenza	102
La nostra storia, i nostri valori	104
Verso un marketing collaborativo	107
Cultura organizzativa	110
Bibliografia e webliografia	113